

туристичних маршрутів; послуги транспортного обслуговування; реалізації екологічної чистої продукції; реалізації товарів місцевого промислу.

Можна виділити ряд негативних факторів, які заважають розвитку зеленого туризму [1]:

- Нестабільність політичної та економічної сфер. Це є головною проблемою у нашій державі. Багато іноземних туристів не хочуть їхати в нашу країну, тому що бояться за своє життя.

- Недостатній рівень кадрового забезпечення. Практично не існує консультаційних центрів, які допомагали у організації та веденні туристичного бізнесу в галузі сільського зеленого туризму.

- Недіюча система маркетингу. У наслідок, того що селянин-господар не має доступу до ринку туристичних послуг, в результаті не розвинутої інфраструктуру зв'язку в сільські місцевості, він не може орієнтуватися на попит туристів та забезпечення цього попиту.

Отже, підводячи підсумки виділені основні перспективи розвитку сільського зеленого туризму на Західній Україні:

1. Для Карпат, які багаті рекреаційними ресурсами зелений туризм допоможе зменшити безробіття селян на Західній Україні та покращити його добробут за рахунок надання вище вказаних послуг.

2. Зелений туризм реалізовується у вигляді малого бізнесу через створення «зелених» садиб. Україна поступово переходить до ринкової економіки. У світовій моделі ринкової економіки – малий бізнес відіграє ключову роль.

1. Оболенцева Л.В. Місце і роль сільського зеленого туризму в національній туристичній індустрії / Л.В. Оболенцева, К.Б. Дейнега, Ю.В. Колбун // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард – 2016: матеріали щорічної (VII) міжнародної Internet-конференції студентів та молодих вчених, Харків, 27 грудня 2016 р. – Харків: НТУ «ХПІ», 2016 р. – 315 с. – С. 241-243.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОТЕЛІВ

Шаповал А.Р.

Науковий керівник – Колонтаєвський О.П., канд. екон. наук, доцент

Конкурентоспроможність – це важлива характеристика підприємства готельного господарства. Кожен Науковий керівник повинен брати до уваги цей важливий компонент свого підприємства. Конкурентоспроможність є однією з найважливіших характеристик для оцінки успішності підприємства. Саме слово конкурентоспроможність, до якого б суб'єкту воно ні застосовувалося, означає здатність даного суб'єкта витримати конкуренцію (потенційну і / або реальну).

Наукова проблема дослідження управління конкурентоспроможністю готелів висвітлюється у працях таких вчених, як Н. О. Восколович, С. С. Скобкіна, Х. Й. Роглева, А. С. Кускова та інші. Проте окремі важливі питання вимагають більш детального дослідження.

В цілому під конкурентоспроможністю розуміється здатність випереджати інших, використовуючи свої переваги в досягненні поставлених цілей.

Р.А. Фатхутдінов дає наступне визначення конкурентоспроможності – це здатність об'єкта витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку. Автор підкреслює, що товар або послуга є конкурентоспроможними або неконкурентоспроможними на конкретному ринку.

При цьому під конкурентоспроможністю готелю автори розуміють «здатність і можливість коштів розміщення здійснювати діяльність з надання готельних послуг в умовах ринку, а також мати переваги перед готелями-конкурентами і за рахунок цього отримувати додатковий прибуток, який спрямовується як на розвиток готелю і її кадрового складу, так і на забезпечення якісного обслуговування клієнтів готелю».

Що таке управління конкурентоспроможністю? Під управлінням конкурентоспроможністю розуміється, по суті, управління конкретними перевагами нашого підприємства готельного господарства.

Дуже важливо випередити своїх конкурентів, але не менш важливо ще й утримувати цю планку, тому варто враховувати основні параметри, за якими вважається за доцільне оцінювати конкурентоспроможність, можна виділити наступні:

а) здатність готелю запропонувати споживачам готельний продукт з більш привабливими характеристиками, ніж у конкурентів;

б) ефективність діяльності готелю на ринку, яка визначається як відношення отриманого ринкового результату до виробленим затратам;

в) ринковий результат, що дозволяє досить успішно розвиватися готелю в перспективі і задовольняти потреби як власників, так і найманого персоналу.

Існують і інші характеристики конкурентоспроможності готельного бізнесу:

- Унікальність територіального розташування, пропозицій і обслуговування.
- Оцінка ефективності продажів готельних послуг, процесу бронювання і сервісу.

- Відкритість обстановки (відвідуваність готелю місцевою публікою) з метою організації ділових і особистих зустрічей, відвідування місцевої публікою ресторану і культурно-дозвіллевих центрів готелі.

- Клієнтоорієнтованість компанії готельного бізнесу і лояльність клієнтів.

Окремо хотілося б підкреслити той факт, що конкуренція в готельному бізнесі є ефективним механізмом зниження індивідуальних витрат виробництва готельних послуг, економії всіх видів ресурсів, поліпшення якості обслуговування в індустрії гостинності, впровадження інноваційних технологій протягом всього циклу виробництва готельних послуг, подальшої диференціації пропозиції в сфері гостинності.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що конкуренція є механізмом, що стимулює організації готельного бізнесу на ефективну роботу, на пропозицію послуг, що користуються попитом у споживача, на створення готельних послуг, які задовольняють вимоги сучасного споживача.

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Гончарова К.М.

Наукові керівники – Давидова О.Ю., канд. техн. наук, доцент

Золотухіна І.В., канд. техн. наук, доцент

Подальший соціально-економічний розвиток України можливий за умов розширення внутрішнього ринку і підвищення конкурентоспроможності національної економіки, її окремих виробництв та галузей. Одним з пріоритетних напрямів розвитку країни є туризм, який сьогодні посідає друге місце в світовій економіці.

Україна має всі об'єктивні передумови, щоб стати однією з розвинених туристських держав світу. Саме туризм здатний подолати розбіжності в розвитку окремих регіонів країни, які значно посилилися останнім часом. Але існує і багато перешкод для цього розвитку, однією з яких є стан готельного господарства, що не відповідає сучасним світовим стандартам.

У зв'язку з політичними й економічними перетвореннями, що відбуваються в Україні, значно розширилися ділові й культурні зв'язки нашої країни із світом. Це сприяє збільшенню контактів між підприємствами, підвищенню кількості іноземних й вітчизняних туристів, які прибувають в окремі регіони України. Виникла необхідність